

KK
Fas. Pw 67 65
h
P

**PERANAN PROMOSI SEBAGAI SALAH SATU USAHA
UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN
PADA PASTRY DAN BAKERY HOTEL SHANGRI-LA
SURABAYA**

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh :

ELLY LESTARI

NPM. 079610094-S

**PROGRAM STUDI D-3 PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

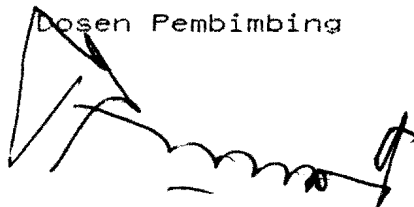
Semester Gasal 1999-2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Disetujui untuk diajukan pada sidang panitia Diploma Tiga
Pariwisata Universitas Airlangga Surabaya.

Surabaya, Desember 1999

Dosen Pembimbing



Drs. Falih Suaedi Msi.

Nip. 131.801.403

ABSTRAKSI

"Hotel" berasal dari bahasa Yunani yaitu "HOSTIS" yang artinya memberikan perlindungan dan tempat kepada umum dengan mendapatkan imbalan baik berupa hadiah atau upah. Sebenarnya masih banyak pengertian atau upah. Sebenarnya masih banyak pengertian lain mengenai hotel, namun yang menjadi pengertian secara umum adalah hotel dalam kaitannya sebagai perusahaan jasa yang menjadikan fasilitas untuk menginap, berikut makan dan minum.

Sebagai salah satu sarana pariwisata, Hotel juga memberi pelayanan berupa penyediaan berbagai jenis makanan dan minuman. Penjualan makanan dan minuman merupakan sumber pendapatan utama bagi restoran. Dapurnya dapat disamakan dengan pabrik pada perusahaan manufaktur yang menghasilkan berbagai produksi dalam bentuk makanan dan minuman yang siap dihidangkan.

Pastery dan Bakery mempunyai peranan menghasilkan berbagai makanan kue dan roti yang dipesan dari dalam hotel sendiri misalnya departemen lain yang mengadakan meeting atau pansmanan. Selain itu pihak pastery juga menerima pesanan dari luar hotel, misalnya pernikahan, konfrensi, wisuda dan kegiatan-kegiatan lain. Jenis kue atau pudding yang disediakan setiap harinya berbeda sesuai dengan cycle yang berlaku pada hari itu.

Keberhasilan produk suatu perusahaan selain ditunjang oleh kualitas yang baik, juga bergantung pada aktivitas pemasarannya. Perusahaan dituntut menyesuaikan strategi pemasaran dengan kondisi yang dihadapi sehingga dengan strategi yang tepat pada saat yang tepat, perusahaan tersebut diharapkan dapat mengatasi persaingan, meningkatkan penjualannya, bahkan memperoleh pangsa pasar baru.

Komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif sangat penting. Perusahaan perlu menyampaikan kepada masyarakat bahwa produknya mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar tersebut dalah dengan jalan melakukan promosi yang gencar karena dengan semakin banyaknya produksi dilakukan bebetapapun bermanfaatnya barang tersebut, tanpa kegiatan promosi, konsumen tidak akan menyadari kehadirannya bahkan kegunaan. Suatu kenyataan bahwasannya tidak ada satu perusahaanpun yang mampu bertahan bilamana perusahaan tersebut tidak mampu menjual dan memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan.